

Den digitala blomstertid nu kommer

- en studie över sambandet mellan platsidentitet och digital fotouppladdning
Kungsträdgårdens körsbärsblomning som exempel

SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land, avdelningen för landskapsarkitektur
EX0501 Projekt i landskapsplanering, 15 hp på landskapsarkitektprogrammet,
Uppsala 2014

Nivå: Grundnivå G2E

© Kristoffer Backman

Titel: Den digitala blomstertid nu kommer - en studie över sambandet mellan plats-identitet och digital fotouppladdning. Kungsträdgårdens körsbärsblomning som exempel

Engelsk titel: Dawn of the digital flowering - a study of the relationships between place identity and digital photo uploading. The cherry blossom of Kungsträdgården as an example

Nyckelord: Fotografering, Kungsträdgården, Körsbärsblom, Platsidentitet, Sociala medier, Virtuella platser

Omslagsbild: Körsbärsblom. Foto och bildmontage: Kristoffer Backman

Handledare: Ylva Dahlman, SLU, institutionen för stad och land

Examinator: Ann Åkerskog, SLU, institutionen för stad och land

Online publication of this work: <http://epsilon.slu.se/>

Sammandrag

En alltmer utbredd uppfattning är att platsers betydelse minskar i takt med ökande digital kommunikation. Människans beteendeförändringar till följd av den digitala kommunikationen ihop med möjligheten att befästa geografiska platser med information innebär att vår syn på den offentliga miljön står inför en radikal förändring. Det konkreta platsbegreppet är starkt kopplat med rumsbegreppet som är mer abstrakt i sin natur och vars gränser i och med den digitala revolutionen blir alltmer otydliga. Därmed skiftar också uppfattningen av plats och hur vi kan stärka vår anknytning till platser. Ett led i den pågående förbättringen av kommunikationen är det utbredda användandet av sociala medier och platsknutna bilder som förmedlas genom dessa.

Syftet med den här uppsatsen är att undersöka hur geografiskt bunden fotouppladdning via sociala medier påverkar platsers identitet. Plats och rum är starkt förbundna med tid. Uppsatsen har därför som utgångspunkt, dels att vår förståelse av rummet är platsen, samt att vår varseblivning av tiden är den specifika händelsen. För att utreda sambandet mellan geografiskt bunden fotodata och platsidentitet har en litteraturstudie utförts som är orienterad kring platsbegreppet samt sociala medier och digital fotodelning. För att föra en diskussion där litteraturstudien koppas till tid och rum, utfördes en fallstudie som undersökte en specifik händelse på en specifik plats. Studien har utforskat körsbärsträdsblomningen i Kungsträdgården. Körsbärsträdsblomningen är en händelse som fotats av besökare alltmer under senare år. Händelsens bilddokumentation genom sociala medier var fokus för fallstudien. En fotodatabasinsamling över Kungsträdgården-bundna bilder som är kopplade till körsbärsträdsblomningen gjordes. Parallellt gjordes intervjuer med Kungsträdgårdens besökare.

Studien visar att påfallande stor mängd körsbärsträdsblomsorienterad fotodata knutits till platsen Kungsträdgården under tiden för fallstudien. En topp i antal körsbärsträdsblombilder som laddades upp korrelerade med tiden då träden stod i full blom. Intervjuer pekade på det faktum att besökarna många gånger besökt platsen på grund av blomningen men också att bilder på sociala medier påskyndat besök av platsen och anmodat besökarna att fotografera händelsen själva. Analys av studiens resultat kopplat till litteraturstudien visar att besökarnas starka vilja att fotografera blomningen och dela med sig av denna handling i ett led att utveckla sin egen identitet också stärker platsens identitet. Studien pekar också på att det inte främst är platsens estetiska egenskaper som ligger till grund för stärkandet av platsens identitet genom fotodelningen. Istället är det till stor del den mening besökarna lägger i händelsen körsbärsträdsblomningen samt den aktivitet som fotograferandet av blomningen utgjorde.

Abstract

The notion that the importance of locations is decreasing as digital communication increases is a view that is gradually gaining wider acceptance. Human behavioural changes resulting from digital communication combined with the possibility to attach information to geographic sites implies that our view of the public environment is facing a radical change. The concrete place concept is strongly linked to the more abstract nature of the concept of space, the boundaries of which are gradually becoming more blurred as a result of the digital revolution. Thus, the understanding of place is shifting and consequently so is the manner in which we augment our attachment to places. Part of the ongoing communication improvement is the widespread use of social media and geographically connected images distributed through these media.

The aim of this paper is to examine how geographically linked photo uploads through social media affect place identity. 'Place' and 'space' are strongly associated with 'time'. Consequently, the essay departs from the idea that a given place constitutes our perception of space, and that a specific occasion constitutes our perception of time. A literature study was conducted to investigate the relationship between geographically connected photo data and place identity. The literature study was oriented towards the concept of place, social media and digital photo sharing. In order to link the literature study to time and space in a relevant discussion, a case study was performed that examined a specific occasion at a specific location. The case study examined the cherry blossom trees in Kungsträdgården. The flowering is an event which has been photographed by an increasing number of visitors in recent years. The photographic documentation of the occasion through social media channels was the focus of the case study. A photo data acquisition of images linked to Kungsträdgården and to the flowering cherry blossom was performed. Concurrently, interviews were conducted with visitors to Kungsträdgården.

The study presents a remarkably large number of cherry blossom oriented photo data attached to the location of Kungsträdgården. A peak in the number of cherry blossom pictures uploaded correlated to the time when the trees were in full bloom. Interviews implied that visitors often visited the place in response to the flowering but also indicated that photos on social media accelerated the visits and urged visitors to take photos of the occasion themselves. Analysis of the results shows that the visitors' strong desire to photograph the flowering and to share these documents in an effort to develop their own identity also enhanced the identity of place. The study also implies that it is not primarily the site's aesthetic qualities that form the basis for the enhancement of the place identity through photo sharing. Instead it is by large the purpose that visitors ascribed to the occasion, the flowering of the cherry blossom, and the activity that the taking photographs of the flowering constituted.

Introduktion

Aldrig förr har offentliga platser fotograferats i sådan utsträckning som de görs idag. Med dagens smartphones med inbyggda kameror är det möjligt att närhelst man vill, föreviga ögonblick och sätta platser för öppen beskådan på webben. Samtidigt pekar flera trender på en minskning av platsers betydelse korrelerat till globaliseringen och skapandet av globala rum genom den förbättrade kommunikationen (Carmona et al. 2003, s.101). Men är en utökad kommunikation och globalisering enbart av ondo för platsskapandet och kan man använda digitala vardagssysslor, såsom uppladdning av foton på platser, till att lära sig om hur platser används och fungerar? Det är dessa frågor den här uppsatsen behandlar.

Landskapsarkitekters yrkesuppgifter innefattar gestaltning av stadsrum och planering av städens miljöer. Carmona et al (2003, s.193) beskriver stadsplanering som fyrdimensionell där den fjärde dimensionen är tid. Det är av stor vikt att som stadsplanerare skaffa sig en förståelse kring hur omgivningar förändras och vad som består med tiden. En plats beter sig annorlunda beroende av tiden - på dygnet, - i veckan och årstidsvis. Att bevaka en offentlig plats under en tidsperiod kan på många sätt vara lärorikt. Genom att observera hur platsen ter sig över tid och vid speciella händelser nås ökad insikt i platsens sociala användning och diverse rytmer och pulser uppfattas, som man vid en första anblick annars kan gå miste om (Carmona et al 2003, s.193).

Som landskapsarkitektstuderande har intresset för platser och platsskapande med tiden vuxit. I det att jag tillhör den så kallade 'Generation Y', det vill säga att jag vuxit upp under en tid där persondatorer, internet och mobiltelefoni ständigt funnits närvarande (Tapscott 2008, s.17), har jag i takt med den lavinartade utvecklingen i användning av sociala medier alltmer börjat fundera kring hur platser och platsskapande påverkas av sociala medier i allmänhet och geografiskt bunden fotouppladdning i synnerhet.

Begreppen 'rum', 'plats' och 'tid' i det offentliga rummet kan vara snåriga att ha att göra med liksom hur människors interagerande gentemot dem ter sig. Den holländske arkitekten Aldo Van Eyck uttrycker förhållandet i sin beskrivning av plats:

Whatever space and time mean, place and occasion mean more. For space in the image of man is place, and time in the image of man is occasion.
(Carmona et al 2003, s.98)

Alltså, människans förståelse av rummet är platsen och hennes varseblivning av tiden är tillfället eller den speciella händelsen.

Den amerikanske kulturgeografen J.B. Jackson (1994, ss.158-159) iakttar en generell skillnad i européers och amerikaners känsla av plats i det att amerikaner, inte lika mycket sammankopplar känsla av plats med arkitektur och skapade rum, mera associerar platskänsla med händelser. Det kan röra sig om dagligen, veckovis eller årstidsvis återkommande händelser, vilka ses fram emot eller erinras och i samband med det delas med andra.

Mot bakgrund av detta vill jag med den här uppsatsen undersöka och diskutera hur platsidentitet och platsskapande korrelerar med den platsknutna användningen av fotouppladdning genom sociala medier. Undersökningen är baserad dels på litteraturstudier av begreppet plats och platsidentitet, dels på en

fallstudie av en specifik årstidsbunden händelse, knuten till en särskild plats med stor folklig förankring. Det till händelsen och platsen knutna användandet av social media-orienterad fotouppladdning är fokuset för fallstudien och med litteraturstudien som grund kommer jag diskutera hur platsidentiteten påverkas.

Uppsatsen vänder sig främst till landskapsarkitekter och stadsplanerare men också till andra som är intresserade av platsbegreppet och av sociala mediers inverkan på detta.

Avgränsningar

Detta är till viss del en tvärvetenskaplig uppsats som tangerar flera ämnen såsom landskapsarkitektur, kulturgeografi, filosofi, urbanforskning, socialpsykologi, sociologi och studier inom informatik och media. Framför allt diskussioner kring begreppet plats förs av teoretiker från vilt skilda håll. Jag vill därför vara tydlig med att denna uppsats tar avstamp i en landskapsarkitekts syn och användning av ordet plats. Min ambition med uppsatsen är inte att göra en djupdykning i platsbegreppet utan studien av plats och platsidentitet har gjorts som diskussionsgrund. Huvudfokus ligger på den fallstudie uppsatsen bygger på. En fördjupad platsbegreppsdiskussion ryms därför inte inom ramen av detta arbete. Uppsatsen gör således inte anspråk på att exempelvis utreda begreppet plats ur ett fenomenologiskt perspektiv eller söka förståelse för meningen med platser och design. Uppsatsen ämnar ej heller detaljstudera det mobila geotaggandets effekt för vårt interagerande med det offentliga rummet.

Med detta sagt vill jag klargöra att ehuru stoffet för uppsatsen kommer från skilda ämnessåll är min mening med uppsatsen att ur en landskapsarkitekts perspektiv råda större klarhet i hur platsbunden fotouppladdning via sociala medier är kopplat till platsidentitet.

Tidsmässigt upptar fallstudien årstidsväxlingen vinter → vår under 2014 med en fotodatainsamling under perioden 140308 – 140507 med fokus på blomningen av körsbärsträd. Fallstudien är geografiskt bunden till Kungsträdgården i Stockholm och mer specifikt till dess körsbärsträdsallé.

Disposition

Jag har, för att föra en relevant diskussion kring plats kopplat till sociala medier och fotouppladdning gjort en litteraturstudie av platsbegreppet och platsidentitet. Denna presenteras kortfattat i bakgrundskapitlet. Där redogörs också för sociala mediers allt större betydelse i samhället under de senare åren och varför dess koppling till platser blir alltmer relevant. I bakgrunden presenteras också objektet för fallstudien i form av en koncis historik av platsen, Kungsträdgården. Därpå följer en metoddel, främst inriktad på fallstudien då metoden utformats specifikt för att besvara den här uppsatsens frågeställning. I resultatdelen presenteras resultatet av fallstudien. Slutligen kopplas den grundläggande studien av platsbegreppet och platsidentitet samman med resultatet av fallstudien i diskussionsavsnittet där sambandet dem emellan diskuteras.

Syfte och frågeställningar

Uppsatsens syfte är att reflektera över, undersöka och diskutera sambandet mellan **fotograferandet av en händelse på en plats och platsens identitet** genom att **studera en specifik plats under en specifik tid med hjälp av platsens besökares fotouppladdningar på sociala medier**.

Den huvudsakliga frågeställningen för uppsatsen är således:

- » Hur är platsbunden fotouppladdning genom sociala medier sammankopplat med ett stärkande av platsens identitet? Och, i så fall:
- » Går det att mäta detta samband?

Utgångspunkten för denna uppsats ligger i linje med Aldo Van Eycks syn på människans uppfattning av rummet och tiden: Vår varseblivning av rummet är platsen och vårt konkretiserande av tiden är den specifika händelsen. Genom att därför undersöka en specifik plats vid tiden för en specifik händelse ämnar jag råda större klarhet i hur platsens identitet påverkas av platsens besökares interagerande med denna händelse.

Begreppspreciseringar

- » *Instagram* - En mobilapplikation (Instagram inc, 2010-2014) framtagen för att användaren ska kunna fotografera och dela med sig av sina bilder i sitt sociala nätverk. Företaget beskriver själv applikationen som "[...]Jett roligt och udda sätt att dela ditt liv med vänner genom en serie bilder. Ta en bild med din mobiltelefon, välj sedan ett filter för att omvandla bilden till ett minne att bevara för evigt. Vi bygger Instagram så att du kan uppleva händelser i dina vänneras liv genom bilder alltefter de inträffar. Vi föreställer oss en värld mer ansluten via foton" (Instagram, inc., 2014).
- » *"Instagramma"* - Den i folkmun uppkomna verbformen av Instagram, dvs. att använda Instagram.
- » *Geotagging* eller *geotagging* - Att geotagga ett digitalt foto eller annat objekt såsom en artikel på en webbplats betyder att man fäster geografisk data på objektet för identifiering. En digital bild kan på så vis förses med exakta koordinater vilket möjliggör att bilden enkelt positioneras på en karta och sätter den i kontext och därmed gör den lättare att söka efter. Flera webbplatser erbjuder möjligheten att ladda upp bilder och fästa dem med geotaggar. Digitalkameror kan också ha en inbyggd sådan funktion (Zahradnik 2014).
- » *Hashtag* - En hashtag är ett ord eller mening med prefixet "#". Det är en slags metadata-tagging. Att hashtagga exempelvis en bild på Instagram eller ett tweetmeddelande på Twitter gör det möjligt att sortera alla bilder eller tweets med den taggningen.
- » *YOLO* - en akronym för You only live once (du lever bara en gång), ett motto som är väl förankrat i dagens ungdomskultur och på internets sociala medier. Till exempel finns 21,2 milj bilder hashtaggade med #yolo på Instagram (Websta 2014).

Bakgrund

Nedan presenteras den litteraturstudie kring plats samt sociala medier vilka ligger till grund för diskussionen av fallstudiens resultat. Dessutom ges en historik för platsen som fallstuden vilar på.

Platsbegreppet och platsidentitet

Sedan 1970-talet har intresset för platsbegreppet och vår uppfattning av plats ökat (Carmona et al. 2003, s.97). Det finns många förklaringar och tolkningar av vad plats innebär och någon allmänrådande definition existerar inte.

Arkitekturteoretiskt sett, kan plats sägas vara den förstådda verkligheten och, som arkitekturprofessor Mattias Kärrholm (2004, s.26) påstår, konkretiseringen av rum, vilket är ett mer gränslöst och abstrakt begrepp. Vidare menar Kärrholm (2004, s.23) att platsbegreppet införts i diskursen som det medium genom vilket människan kan utveckla sin egna identitet kopplat till den fysiska omgivningen. Denna uppsats utforskar förhållandena mellan en plats och dess användares interagerande med denna samt hur detta påverkas av tid. Därför har diskussionen kopplat till plats koncentrerats efter en definition inringad utefter dessa faktorer.

Platser är, enligt kulturgeografen Edward Relph (1976, s.43), koncentrationen av människans uppsåt, attityder och erfarenheter, på så sätt skiljer de sig från rummet. Vidare menar Relph (1993, s.104) att platser ska ses i kontexten av mänskligt liv och att de har ett liv i sig själva då de växer, förändras och minskar med de människor som fyller respektive ignorerar dem. Människans uppfattning av plats är ofta nära förknippad med hennes känsla av tillhörighet och emotionella samhörighet med platsen (Carmona et al. 2003, s.97). I linje med det är plats enligt Relph (1976, s.8) ett centrum av mening baserad på levd erfarenhet. Med andra ord, när samhället, gruppen eller individen fyller rummet med mening uppstår platsen. Arkitekturprofessor Gunnar Sandin är inne på samma spår i sin förklaring; att platser utgörs av de människor som använder dem (Sandin 2003, s.12). Carmona et al. påpekar vidare, det Crang föreslår, att platser utgör fasta punkter av delade erfarenheter mellan människor och tidens gång. Carmona et al. utvecklar Crangs resonemang i det att människan behöver uttrycka en känsla av tillhörighet till en plats och sin egen identitet genom känslan av att stiga in i ett särskilt område (Crang 1998, se Carmona et al. 2003, s.97).

Kulturgeografen Yi-Fu Tuan menar, i viss likhet med Relph, att platser ska förstås utefter människors erfarenheter och avsikter men är samtidigt beroende av rummet då platsen uppkommer då vi rör oss genom rummet. Rum är på så vis något vi rör oss genom och platsen är uppehållet i rummet (Tuan 2003, s.6).

Edward Relph skiljer platsidentitet från vad han kallar platskänsla. Platsidentitet, menar han, byggs upp av tre komponenter: **aktiviteter eller funktioner, fysiska egenskaper eller utseende** samt **meningar eller symboler**. Känslan av plats finns inte i dessa delar utan uppkommer, som beskrivits ovan, i människans interagerande med platsen, och sålunda med dessa tre delar som betingar platsens identitet (Relph 1976, s.45). All form av platskänsla, utvecklar Carmona et al. (2003, ss.98-99), består av olika kombinationer av aktiviteter, den fysiska miljön och meningar. De fysiska egenskaperna hos platser, fortsätter de, ges ofta en för stor betydelse för vad som stärker platskänslan. Meningen, eller sinnebilderna av platsen, om förklaringsmodellen vidareutvecklas efter stadsplaneraren John Montgomerys teorier, samt aktiviteterna på platsen är minst lika betydelsefulla.

Aldo van Eycks förklaring betonar, som tidigare nämnts, denna förståelse av platsen kopplat till tiden: människans förståelse av rummet är platsen och hennes varseblivning av tiden är tillfället eller den speciella händelsen (Carmona et al 2003, s.98). Vidare menar arkitekten och stadsplaneraren Kevin Lynch att ingenting upplevs i sig själv, utan står alltid i relation till omgivningen och de händelser som leder fram till upplevelsen och de minnen och kunskaper av den

som erinrats tidigare. På så sätt kan vi inte enbart stå som åskådare, utan är istället på samma scen som platsen och en del av den i och med interaktionen med den (Lynch 1960, ss.1-2).

Urbanforskaren Marichela Sepe har i *Planning and Place in the City - Mapping Place Identity* gjort en djupdykning i platsbegreppet och platsidentitet i vilken hon sammanfattar flera teoretikers syn på ämnet (Sepe 2013, ss.3-22). Sepe anser att platser skiljer sig från rum när de är utrustade med identitet (Sepe 2013, s.14). Vidare redogör hon för arkitekturprofessorn Christian Norberg-Schulz förklaring av plats såsom det utrymme där händelser inträffar (Norberg-Schulz 1980, se Sepe 2013, s.3). En viktig poäng Sepe gör är att den urbana karaktären hos en plats förändras med tidens förändring. Beroende på dygnsrytmen, årstider och dess väderfluktuationer ses platser i olika ljus och dess karaktär ändras därefter (Sepe 2013, s.7). Sepe påtalar också att plats till skillnad från rum ska beskrivas utefter de objekt som förmedlar specifika kulturella, historiska eller socialt meningsfulla värden (Migliorini och Venini 2001, se Sepe 2010, s.8). Sepe klargör att mänsklig identitet förutsätter platsidentitet. I linje med det är platsidentiteten den mening varje individ eller grupp ger en specifik plats i konstruktionen av sin egen personliga eller sociala identitet (Sepe 2010, s.14-15). Det finns således både personliga och en kollektiva definitioner av platsidentitet i samband med de olika uppfattningar som är kopplade till exempelvis området man bor i. Människor beskriver platser olika beroende på hur de varseblir dem och vilka aktiviteter det utför där, vilket också gör att det samtidigt hela tiden finns flera olika definitioner av platsidentitet. Också tidsfaktorn har betydelse för dessa definitioner då uppfattningen av en plats hela tiden förändras med tidens gång. (Hague och Jenkins 2005, se Sepe 2010, ss.15.16). Detta innebär också att vår förmåga att identifiera en plats som plats formas av vad andra har gett oss för information om den. Alltså, även om känslan av plats må vara personlig, är den inte enbart resultatet av en individs personliga känslor och betydelse. Det är processen att ta emot, selektivt rekonstruera, och sedan kommunicera en berättelse som utgör identitet och förvandlar rummet till en plats. (Hague och Jenkins 2005, se Sepe 2010, ss.15-16).

Carmona et al. (2003, ss.124-125) påstår att platserns betydelse, i hög utsträckning, har påverkats i takt med att globaliseringen ändrat förhållandena mellan det lokala och det globala. Många tendenser till homogenisering av, och förlust av platserns mening, relaterar till globaliseringsprocesser genom förbättrade kommunikationer (Hague och Jenkins 2005, se Sepe 2010, s.16).

Sociala medier och digital fotodelning

Idag använder nio av tio svenskar i åldern 12-45 år en smartphone och utav dessa använder tre av fyra denna dagligen. Sett över hela befolkningen använde två av tre svenskar internet i mobilen under 2013 och av dessa surfade majoriteten dagligen i sin telefon. Det är siffror som ökat kraftigt under de senaste tre åren. Internetforskaren Olle Findahl menar i sin statistiska sammanställning *Internet och Svenskarna 2013* att denna mobilboom som inleddes 2011 beror på en förbättrad teknik i samband med lägre surfkostnader. (Findahl 2013, ss.14-15).

Findahl (2013, s.18) spekulerar vidare att denna teknikutveckling, av mobilt internet, kan vara den snabbast spridda någonsin. De smarta telefonerna kommer med högpresterande kameror och användarna kan således fota platser och i samma minut förse tagna bilder med geografisk data och ladda upp bilderna för andra att se på nätet. Som ett led i denna utveckling kommer, med smartphonens

inbyggda GPS, möjligheten att nyttja mobila geotaggingtjänster. Denna möjlighet erbjuder människan helt nya sätt att interagera med och genom stadsrummet (Humphreys och Liao 2011).

Ett vanligt sätt att ta del av och dela med sig av digitalt uppladdade bilder är genom sociala media. Det kan vara bloggar, internetforum eller andra typer av sociala nätverk. Många gånger finns de sociala medierna som mobilapplikationer, vilket ytterligare välkomnar bilduppladdning i farten. Idag använder två tredjedelar av världens internetanvändare sociala nätverk, där det klart vanligaste nätverket är Facebook (Findahl 2013, ss.32-33). Just för bilddelning är, utöver Facebook, Flickr och Instagram två av de mest använda sociala medierna där den senare har över 200 miljoner dagliga användare och där i genomsnitt 60 miljoner bilder laddas upp per dag (Instagram 2014). Gemensamt för dessa två sociala medier är att bilderna kan föras med taggar, i socialt syfte eller för att organisera bilderna.

Sammantaget innebär den raska tekniska utvecklingen och människans beteendeförändring till följd av denna ihop med möjligheten att befästa geografiska platser med information att vår syn på den offentliga miljön och vårt interagerande med densamma står inför en radikal förändring och inför möjligheter och problem som kommer bli svåra att förbise i den fortsatta stadsutvecklingen.

Kungsträdgården

På Norrmalm, strax norr om Strömmen, ligger en av Stockholms äldsta stadsparker, Kungsträdgården. Från början var grönytan en kunglig köksträdgård anlagd på 1500-talet och var fram till 1900-talet till stora delar privat. Drottning Kristina anlät på 1600-talet André Mollet för att modernisera parken och 1698 tillkom genom Johan Hårlemans försyn de första trädalléplanteringarna. Under andra halvan av 1900-talet blev Kungsträdgården alltmer folklig och stod 1971 scen för den kända medborgarprotesten, almstriden (Hallemar 2013, s.98). Tretton almar planerades fällas i samband med byggandet av den nya tunnelbanestationen (Högström 2013, s.83), träd som enligt stadsträdgårdsmästare Holger Blom dömts ut pga dålig livskraft (Andersson 2000, s.94). Aktionen, där protestanterna ockuperade platsen och bland annat klättrade upp i träden och kedjade fast sig runt dess stammar (P3 Dokumentär 2009) väckte stor uppmärksamhet och blev en symbolstrid för förfulningen av Stockholm och tidens stadssaneringsprojekt (Högström 2013, s.83).

Dagens Kungsträdgården kännetecknas i hög grad av den bassäng och de körsbärsträdsalléer som i samband med 1997 års omvandling av parken återupprättade de strikta rummen från Hårlemans plan. Platsen är således ett resultat av flera hundra års folkliv (Hallemar 2013, s.98). Idag har flera restauranger och caféer sina serveringar ut Kungsträdgården och platsen står som värd för många tillfälliga evenemang.

Metod

För besvarandet av arbetets frågeställning har en kombination av kvalitativa, såsom litteraturstudier och intervjuer, och kvantitativa arbetssätt, såsom insamling och bearbetning av fotodata, tillämpats. Litteraturstudierna har fokuserats på stoff som behandlar begreppet plats och platsidentitet för att utgöra

en grund för den diskussion som förs kring plats kopplat till fotouppladdning via sociala medier. För att angripa frågeställningen mer konkret har en fallstudie utförts på en specifik händelse som inträffar på en specifik plats.

Litteraturstudie

Förklaringsmodeller och teorier kring begreppet plats och platsidentitet har sökts i litteratur med hjälp av den nationella sökdatabasen LIBRIS, SLU-bibliotekets egna databas LUKAS samt i EPSILON, sökdatabasen över studentarbeten.

Då jag skriver uppsatsen med avstamp i en landskapsarkitekts syn på plats har jag koncentrerat litteraturstudien till landskapsteoretiska förklaringar av platsbegreppet och platsidentitet.

Fallstudie

En fallstudie är en kombination av undersökningsmetoder som tillsammans syftar till att undersöka en särskild frågeställning. Det kan vara en analys av en händelse vilken studeras holistiskt genom flera metoder (Thomas 2011). En datainsamling i en fallstudie sker under en begränsad tid (Creswell 2009). Syftet med uppsatsen är att undersöka sambandet mellan platsbunden fotodelning via sociala medier och platskänsla och platsidentitet. Därför har jag valt att göra en fallstudie som följer en specifik händelse under en specifik tid på en specifik plats genom att:

- » följa de bilder som besökarna på platsen tagit i samband med denna händelse
- » analysera de kommentarer till bilderna som besökarna försett bilderna med
- » besöka platsen och observera händelsen och besökarnas beteenden runt denna
- » utföra intervjuer med besökare på platsen om platsen, deras fotograferande och händelsen i sig.

Val av plats och händelse

Valet av plats föll på Kungsträdgården i Stockholm då det är en plats starkt förknippad med tillfälliga evenemang och händelser och i synnerhet körsbärsblomningen vilket passade bra in med tidpunkten för studien.

Kungsträdgården är också en välbesökt plats i Sveriges huvudstad med ett väletablerat namn som de flesta svenskar känner till vilket borgade för ett stort underlag för den kvantitativa studien. Just körsbärsblomningen i Kungsträdgården är en händelse som var känd för mig sedan tidigare att vara något som många Stockholmare och besökare såg fram emot och fotograferade, vilket ytterligare talade för ett gott studieunderlag.

Intervjuer på plats

Under tiden för fallstudien besökte jag Kungsträdgården vid ett tillfälle. Då passade jag på att göra spontana intervjuer med besökarna av platsen. Frågor som ställdes var huvudsakligen:

- » Varför kom du hit idag?
- » Vad anser du körsbärsträdens blomning betyda för Kungsträdgården?
- » Vad är din uppfattning om Kungsträdgården som plats?
- » Vad tror du de bilder du tagit och delar med dig av har för betydelse?

Sammanlagt genomfördes tio stycken kortare intervjuer med besökare i blandade åldrar från tonåringar till pensionärer.

Kvantitativ fotodatainsamling

I syfte att *empiriskt* mäta hur sociala medier stärker en tillfällig händelses effekt för sinnebildningen av en plats valde jag att aktivt följa platsen, dvs Kungsträdgården, genom den fotodokumentation som dess besökare varje dag laddat upp och delat med sig av kopplat till den specifika händelsen. Rent konkret mätte jag varje dag det antal bilder som lades upp på ett socialt media i vilka motivet var körsbärsblomningen eller på annat sätt en hänvisning till denna eller med anledning av denna händelse. Med denna metod förutspådde jag att få konkret statistik på hur den tillfälliga händelsen, körsbärsblomningen, stärkte platsens identitet.

Val av media

Mitt val att använda mig av Instagram (Instagram, inc. 2010-2014) som socialt media hade flera grunder. Som ovan gjorts gällande tyder mycket på att de flesta vardagsfoton idag tas med en mobilkamera då väldigt många människor idag bär med sig sin mobiltelefon och alltför många mobiltelefoner är en så kallade smartphones med åtkomst till internet och möjlighet att direkt ladda upp foton på webben. Instagram är i grunden en mobilapplikation. Det är en vanlig och lättanvänd mobilapplikation som både används som socialt nätverk och för fotodelning till andra sociala medier såsom Twitter, Facebook, Tumblr och Flickr. Genom att studera fotodelningen i Instagrams fotoflöde kunde jag med andra ord fånga in flera andra sociala medier då bilderna delades vidare på dem via Instagram. Bilderna på Instagram kan på vis nå ut till väldigt många vilket var viktigt för min undersökning.

Principen för Instagram baseras på att

1. Användare A fotograferar något med sin mobiltelefon
2. Användare A laddar upp bilden för andra användare att ta del av
3. Användare som valt att följa Användare A kan se bilden i sitt fotoflöde

Bilderna på Instagram är dessutom publika, i den meningen att det i ögonblicket de laddas upp blir möjliga att ses av alla. Det är således inte enbart de användare som valt att följa fotografen som har möjlighet att ta del av bilden. Om inte Instagramanvändaren aktivt valt att vara privat kan bilderna ses av alla.

Det finns också många webbsajter för att följa och statistikföra bilderna som laddas upp med mobilapplikationen Instagram vilket gjorde arbetet att samla in och bearbeta bilddatan på platsen smidigare.

Bildurval

Då fotoflödet på Instagram är enormt med över 16 miljarder bilder (Instagram, 2014) har en avgränsning av vilka foton som undersökts varit nödvändig. Denna har gjorts dels för att hitta de bilder som var tagna på platsen, dels för att kunna göra en bedömning kring vilka motiv som ska räknas vara kopplade till den för fallstudien kopplade tillfälliga händelsen, körsbärsblomningen.

För att nå de bilder ur Instagrams enorma bilddatabas som tagits i Kungsträdgården och på så vis få rätt underlag för min studie sökte jag på hashtaggen kungsträdgården (#Kungsträdgården). Med den filtreringen samlades alla foton som användarna märkt med #Kungsträdgården.

Utöver de hashtaggade bilderna sökte jag på geotaggen Kungsträdgården, dvs alla de bilder som givits den geografiskt platsbundna märkningen.

De bilder som jag under datainsamlingen bedömde vara kopplade till körsbärsblomningen och därmed räknade med i min studie var

1. Bilder där motivet tydligt är körsbärsträden eller dess blomning.
2. Bilder där det tydligt går att läsa att bilden är tagen med anledning av körsbärsblomningen.
3. Äldre bilder som uppladdats med anledning av den kommande, rådande eller föregångna körsbärsblomningen.

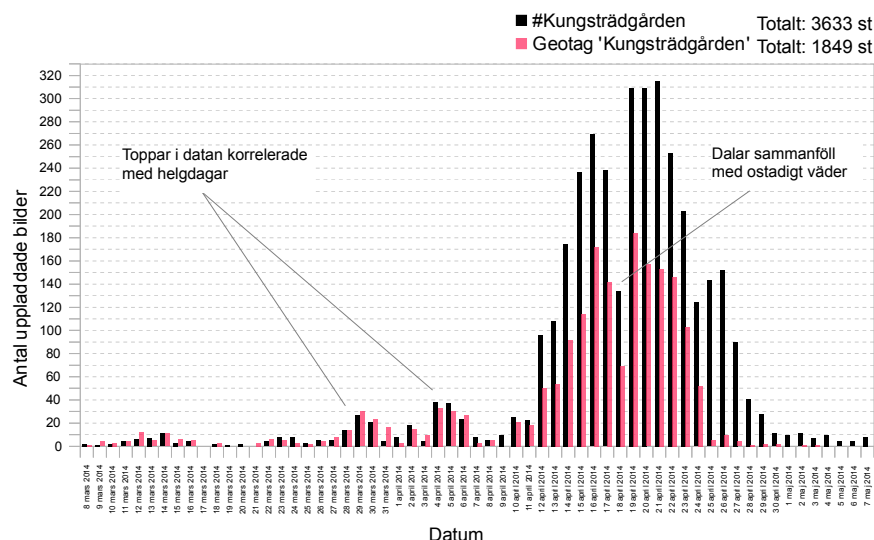
Felmarginaler och mörkertal

Det har varit omöjligt att för fotodatainsamlingen fånga in alla bilder tagna från och på Kungsträdgården, detta främst av två anledningar. För det första taggar inte alla användare sina bilder eller så taggar de inte bilderna med de taggar jag undersökt. För det andra är inte alla användare av Instagram offentliga, utan har valt att vara privata, vilket medför att deras bilder inte kommer upp i sökningar i Instagrams offentliga bilddatabas och uteblir av den anledningen från min studie.

Genomgången av alla foton har gjorts manuellt liksom räkningen av de till den aktuella händelsen kopplade bilderna. Detta har gjorts genom att filtrera bilderna på datum och därefter okulärt gå igenom varje foto och med en klickräknare till hjälp mäta antalet bilder kopplade till körsbärsblomningen. Det finns därför utrymme för vissa felmarginaler då de vissa datum rörde sig om hundratals bilder per dag.

Dessa felkällor var med i beräkningarna från början och har inte bedömts påverka pålitligheten av resultatet nämnvärt då *andelen* körsbärsblomningsbilder per dag ansetts vara detsamma oavsett om bilddatainsamlingen inkluderat de bilder som inte fångats upp eller om antalet vid enstaka tillfällen blivit fel på en eller två bilder.

Resultat



Figur 1: Stapeldiagram över antal uppladdade bilder per dag, kopplade till körsbärsblomningen.

Uppladdade Instagrambilder

Vad som framgått tydligt under genomgången av de foton som laddats upp av Kungsträdgårdens besökare under våren är att majoriteten av bilderna som undersökts, såväl de med hashtaggen Kungsträdgården (#Kungsträdgården) som

de med geotaggen 'Kungsträdgården', är kopplade till körsbärsblomningen. Under tiden för fallstudien, 140308-140507, laddades ca 5000 #Kungsträdgården-foton upp. Av dessa var 7 av 10 foton (3633 st) kopplade till körsbärsblomningen. Det dök ibland upp bilder från tillfälliga evenemang som hölls på platsen, exempelvis firandet av det Persiska nyåret 18 mars.

Under perioden 8 mars – 27 mars laddades i regel 1-10 bilder på körsbärsblomningen upp dagligen. Därefter, ju närmre blomningens crescendo studien tog sig, ökade bilduppladdningarna. Under perioden 28 mars – 11 april låg antalet bilduppladdningar mellan 10-40 bilder per dag. När körsbärsblommen stod som högst stegrade bildantalet markant och visade under perioden 12 april – 27 april upp datan 100-330 bilder per dag för #Kungsträdgården-taggade bilder och något lägre siffror för bilder försedda med geotaggen 'Kungsträdgården'. När körsbärsträden blommat över minskade bildflödet hastigt. På bara ett par dagar hade antalet bilder från platsens besökare minskat ner till 1-10 bilder per dag.

En viss förskjutning i dessa trender uppträdde för de hashtaggade bilderna. Överlag var fler bilder försedda med hashtaggen. Resultatet var emellertid mera tidsmässigt exakt för de geotaggade bilderna då dessa laddades upp på plats emedan hashtaggade bilder kan laddas upp i efterhand. Detta då geotaggandet kräver att besökaren vid bilduppladdningstillfället befinner sig på platsen hen förser med data så att GPS:en kan binda bilddatan vid koordinaterna.

Andra tydliga observationer i bildantalet var att toppar och dalar tydligt sammanföll med helger och vackert väder samt veckodagar och dåligt väder. Symtomatiskt för detta var att det under regniga dagar istället för körsbärsblom fotades mycket från Kungsträdgårdens vackert utsmyckade tunnelbanestation.

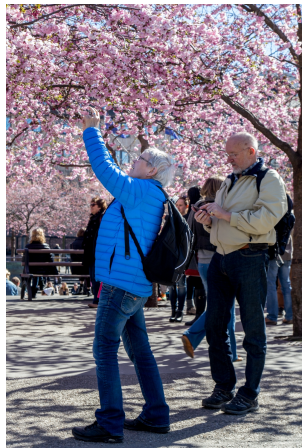


Bild 1: Närbilder på blomningen var vanligt förekommande.



Bild 2: En "selfie" med blomningen.

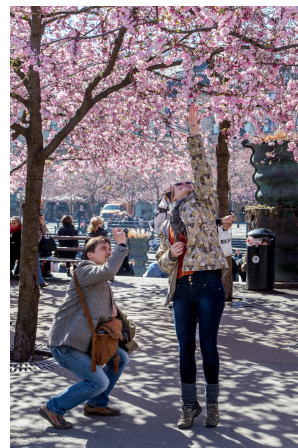


Bild 3: En vän framför körsbärsträden var ett återkommande motiv.

Bildmotiv

De vanligaste bildmotiven var närbilder på blommorna eller på en trädkrona i full rosa blom. Många bilder var överblicksbilder över körsbärsträdsalléerna och bassängen kring vilken det många gånger satt hundratals besökare. Närbilder på träden av olika slag eller bilder på markgallret nedanför träden med nedfallna blomblad över sig var andra vanligt förekommande motiv. Påfallande många bilder var att beteckna som "selfie", dvs. ett foto som fotografen tar på sig själv. Dessa togs med blomningen med i bilden på något sätt. Ett stort antal bilder var tagna på vänner, på något sätt poserade ihop med träden. Överlag var

stämningen i bilderna att besökaren ville fånga våren med de bilder de laddade upp, glassar ihop med blomningen var vanliga inslag. Ibland dök också bilder upp som var tagna från föregående blomningsperioder. Andra gånger var själva fotograferandet i sig motivet, det vill säga att fota någon annan som fotar blomningen. Ett fåtal besökare laddade upp bilder på Kungsträdgårdens almar.

Besökarnas bildtexter

Under bilddatainsamlingen läste jag många av de bildtexter och kommentarer som Kungsträdgårdens besökare försett bilderna med. Av dessa gick att utläsa flera tydliga attityder gentemot körsbärsblomningen och fotograferandet av den. I fallstudiens inledande fas, främst under mars månad uttryckte många besökare känslan att tagit den första körsbärsblombilden. Det tog sin skepnad i kommentarer som: "Först!". Det framgick också att händelsen som studien följde var något som besökarna mycket såg fram emot. Flera uttryckte denna känsla i bildtexten med utrop som: "Snart!", "Äntligen" eller "Nu är det igång". Att besöka Kungsträdgården under blomningen och att även fota händelsen var något som bara skulle göras, något att checka av. Detta speglades i kommentarer som: "Så, då var det gjort", "Check!", "Den obligatoriska kungsanbilden", "#urtristmenettmåste". Också i vilka hashtaggar bilduppladdarna försedde bilderna med signalerade deras känslor i samband med uppladdningen. Förekommande taggar var: #vår, #livetsförgänglighet, #dagsigen, #mustsee, #yolo #harmoni, #klassikern. Av bildtexterna gick också att utläsa att många tagit sig in till Stockholm och Kungsträdgården enbart för att uppleva blomningen. Vissa hade gjort flera försök men missat blomningen, för andra var det en tradition. Efter blomningen uttryckte många sin förtvivlan över att ha missat den. Ett annat vanligt förekommande inslag var att minnas tillbaka genom att posta upp en gammal bild från när blomningen var igång, såväl nyligen tagna bilder liksom bilder från år sedan tillbaka återupplivades till vilka kommentarer som "längtar tillbaka" eller "längtar redan till nästa gång" påhäftades. Vissa besökare återkom under hela perioden och gjorde små rapporter över hur blomningen tog sig. Andra uttryckte stor oro över hur det skulle gå med blomningen i och med att den på sina håll startat för tidigt. Ett sökande efter den perfekta bilden var andra ambitioner som lyste igenom under studien av bilderna ihop med dess bildtexter.

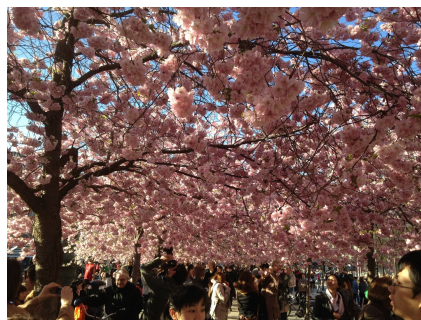
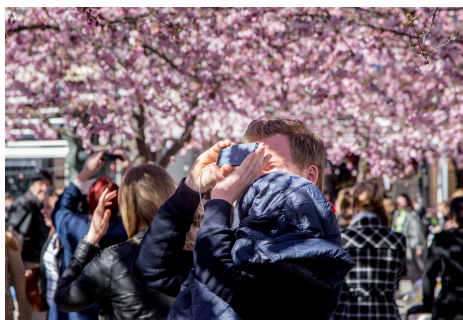


Bild 4 & 5: Under mitt egna besök tycktes "alla" på plats fotografera blomningen, något som också förmedlades i flera av de uppladdade bildernas bildtexter.

Platsbesök och intervjuer

Nedan följer en kort sammanfattning av de kortare samtal jag hade med tio stycken besökare.

Av de tillfrågade besökarna i Kungsträdgården svarade samtliga att de kommit till platsen för att uppleva körsbärsblomningen. Flera menade att det

blivit en årlig tradition att besöka Kungsträdgården under denna tid. Ett annat vanligt svar var att besökaren förknippade blomningen i Kungsträdgården med våren. Många jag pratade med besökte platsen flera gånger för att se efter hur långt blomningen kommit. Några svarade att de sett att blomningen hade startat i sitt bildflöde på Instagram och att det var därför de valt att komma. En vanlig uppfattning hos de intervjuade besökarna, i synnerhet hos de yngre, var att fotograferandet av och även instagrammandet av körsbärsblomningen vuxit sig större under de senaste två-tre åren och att det blivit något utav ett fenomen, något man ska göra varje år. Många uttryckte under samtalet att det var viktigt att hinna med att ha sett och vissa fall också fotat blomningen.

När det kom till besökarnas uppfattning om Kungsträdgården som plats var åsikterna relativt skilda. Många gillade att sitta och koppla av på platsen, framför allt under tiden för körsbärsträdens blomning. En stor andel svarade att de egentligen inte ansåg att platsen var särskilt lyckad, estetiskt sett. Beskrivningar som dök upp var att den kändes instängd och stel men att blomningen gjorde platsen till något annat.

Det var under mitt besök på platsen tydligt att väldigt många kommit för att se körsbärsblommorna. Ett stort antal fotograferade också händelsen och jag fick stundtals känslan av att befinna mig i en fotostudio eller på röda mattan vid Cannes filmfestival där posor och kamerablixtar togs om vartannat.

Diskussion

Här följer en diskussion kring den för fallstudien företagna metoden. Därefter diskuterar och reflekterar jag över sambandet mellan platser och platsidentitet och fotograferandet av platser och uppladdning av dessa på sociala medier.

Metoddiskussion

Då vintern 2013-2014 var mild och temperaturen i början av 2014 under längre perioder var förhållandevis hög oroades jag under fallstudien för hurvida min insamlade fotodata över körsbärsblomningen i Kungsträdgården skulle styrka min tes i den utsträckning jag väntade mig. Skulle en topp i antal uppladdade bilder då blomningen skulle stå i full blom utebli i och med att många av träden blommade för tidigt. Jag beslutade därför att utöka min mätdata till att innefatta samma årstidsväxling i körsbärsträden för 2013. Av utrymmesskäl och då resultaten av 2013 och 2014 års bilduppladdningar av körsbärsblomning i slutänden visade liknande data redovisar jag inte datan från 2013. Datainsamlingen från 2013 bidrog emellertid med ytterligare en specifik händelse till studien i och med guldfirandet av svenska ishockeylandslaget Tre kronors världsmästerskap den 20 maj 2013.

Sammanlagt intervjuade jag tio besökare på platsen. I efterhand är det möjligt att jag kunnat nå ytterligare förståelse för deras beteenden i samband med körsbärsblomningen och deras personliga syn på platsens identitet om jag utökat detta intervjuunderlag. Samtalen var av en spontan och avslappnad natur och följde inte en gemensam mall. Således ställdes inte samtliga frågor till alla utfrågade. Någon formell sammanställning av intervjuerna gjordes inte heller utan de slutsatser jag dragit från samtalen gjordes på ett generellt plan.

Förstärkt platsidentitet

Det, som i enlighet med vad Edward Relph (1993) gör gällande, att intresset för och oron över platskänslan växte i samband med reaktionen mot modernismen i början av 1970-talet, manifesterades i Kungsträdgården tydligt under almstriden 1971. Relph hävdar att oron över platser, ur ett perspektiv föddes, som ett led av väckt romantisering och nostalgi i samband med postmodernismen. Detta tog skepnad av ett slags 'rädda vad som räddas kan' genom att tillskriva extra historisk betydelse åt områden, byggnader och som i fallet för Kungsträdgården, almar.

Min mening är att liksom 1970-talets almträd för en generations Stockholmare stärkt Kungsträdgårdens platsidentitet, så har dagens japanska körsbärsträd haft motsvarande effekt för senare generationer. Gemensamt för båda är att det är en specifik händelse som utlöst denna förstärkning av platsidentiteten. Ehuru almstriden inträffade en gång enbart, var det en händelse som blivit starkt politiskt laddad och en symbol för en folklig reaktion som hos många människor lever kvar än idag. Körsbärsblomningen skiljer sig i det att det är en årligt återkommande händelse. Det är också en händelse som pågår under ett längre tidsspänn även om den når sin topp i intensitet under en kortare tid, vilket tydligt går att utläsa i min graf (se fig.1), i år inträffande i dagarna närmast runt 19 april.

Som jämförande exempel kan nämnas att under fotodatabasinsamlingen för 2013 års körsbärsblomning i Kungsträdgården också undersöktes hur många bilder som laddades upp från firandet av ishockeylandslagets VM-guld, 20 maj 2013. Firandet var en specifik unik händelse som tilldrog sig på platsen och som även den lockade tusentals besökare. Från hyllandet av VM-hjältarna laddades totalt 247 st foton upp i undersökningsunderlaget (bilder med geotag 'Kungsträdgården') att jämföra med de 3633 st foton totalt från den för uppsatsen undersökta händelsen, körsbärsblomningen. Betänk då att det är siffror som verkar återkomma varje vår.

Blomningen har, i likhet med almstriden, också ett starkt laddat symbolvärde för de som upplever den. Det var, för mig på plats och vid undersökningen av besökarnas bilder, tydligt att Kungsträdgården och dess körsbärsblom var något av ett värmecka för Stockholmare och andra besökare, en plats att besöka för att uppleva våren. De japanska körsbärsträdens blomning har också en historiskt rotad betydelse. I japansk estetik har blomman en viktig betydelse, som något som får en att observera omgivningen. I Japan firas högtiden Hanami, vilket betyder ordagrant att 'se på blommor', under vilken man ska gå ut och njuta av våren och sin omgivning. Blomningens olika skeden symboliserar livets korta skönhet och förgänglighet. (Sosnoski 1996, s.12). Detta symbolvärde för körsbärsblommorna är något jag tydligt upplever finns förankrad hos dagens Kungsträdgården-besökare i de Instagrambilder jag undersökt. Detta, hävdar jag, finner delvis sin förklaring i den starka Yolo-kultur som präglar, framför allt de yngre generationer som gör sina röster hörda och bilder sedda alltmer, i sociala medier i synnerhet.

Vad är det då som gör att platsidentiteten för Kungsträdgården stärks? I linje med vad Kärrholm gjorde gällande är det genom att uppleva den så positivt laddade händelsen, blomningen, och platsen, körsbärsträdsallén, och identifiera sig med dessa som de positivt laddade aspekterna tas upp av besökarna vilka ser dem som del av sina egna identiteter. Denna förstärkning av platsidentiteten

accelererar ännu mer, i min uppfattning, genom att besökarna också fotograferar händelsen och platsen i den höga utsträckning som min studie gjort gällande. Genom att fota något skapar man sig en relation till det. Man identifierar sig med objektet och gör det till del av ens minne och liv. Att fotografera ett objekt, exempelvis en plats, är många gånger en positiv handling där fotografen med bilden vill visa för sina vänner delar av sitt liv och få det att framstå som positivt. Det är en form av identifiering med en plats där instagramanvändaren väver in de positiva i platsen i sin egen identitet. Platsen stärks, i linje med Relph, av alla de erfarenheter och attityder som delas och med Instagram som ytterligare medium, delas ännu mer. Ju mer liv vi fyller Kungsträdgården med som är kopplat till händelsen blomningen, något som förmedlas extra mycket genom sociala medier, desto mer växer platsen baserat på just denna händelse. Detta får platsidentiteten kopplad till blomningen att växa för varje individ som identifierar sig med platsen kring körsbärsblomningen. Det må vara hänt, att det än idag finns äldre generationer som fortfarande identifierar Kungsträdgården med exempelvis almskriden 1971 och almarna. Men, som den här uppsatsens belyser, var det i kontrast till körsbärsblomningen, en enskild händelse. Än viktigare, var det en händelse som inträffade innan vi ständigt var mobilt uppkopplade till ett globalt digitalt nätverk och GPS-system och ständigt bar med oss högteknologiska kameror.

3633 st #Kungsträdgården-foton på två månader är talande. Händelsen och platsen besökarna laddar upp foton av på sociala medier är omtyckt. Människorna är lyckliga och förväntansfulla och känner en emotionell samhörighet med platsen de fotograferar vilket får platsen att växa inte bara hos de som är där och fotar utan också av alla de som erfår händelsen och platsen genom att ta del av fotoupppladdningarna.

Det finns emellertid invändningar mot fotovurmen och taggandet av bilddata på platser. Det är lätt att tänka sig att en fotograferande besökare tar in mer av platsen än andra då denna fokuserar mer för att ta en bra bild. Psykologiforskaren Linda Henkel (2013) har bedrivit undersökningar som visar motsatsen. Hennes fotograferande försökspersoner mindes klart färre detaljer av de observerade objekten än de som enbart iakttog. Hon menar att en 'photo-taking impairment effect' uppstår. Med andra ord, fotograferna litar undermedvetet på att tekniken ska lagra minnet åt dem vilket leder till att själva upplevelsen av, i mitt exempel, körsbärsblomningen inte blir lika bestående hos besökaren. (Badger 2013). Denna effekt beror, som jag ser det, på huruvida bilderna tittas på efter besöken. När det gäller foton som läggs upp på sociala medier har oftast bilden med omsorg valts ut just för att användaren identifierar sig med just den bilden. Bilddelaren vill visa för andra, att den här bilden är en del av mitt liv, och därigenom min identitet. Samtidigt är fallet för många besökare, att fokus mera ligger på att visa att man varit och sett blomningen än att egentligen se den.

Den snabba tekniska utveckling med förbättrad kommunikation ihop med globaliseringseffekter påverkar också upplevelsen av platser. Google maps (Google inc. 2008-2014) exemplifierar problematiken. Med denna applikation går det att virtuellt navigera genom stora delar av världen. Google maps är fullproppad med geodata, såsom foton, och fylls på allt snabbare. Snart är det med teknikens hjälp möjligt att uppleva, eller åtminstone se, hela världens platser utan att på riktigt besöka dem. Att världen nu tycks oss mindre och alla dess platser nu mera lättillgängliga tar kanske udden av upptäcktslusten och fascinationen av vår omgivning. I analogi med det resonemanget går det att

argumentera för att de tusentals sociala medier-förmedlade bilder på Kungsträdgårdens körsbärsblom som delas och beskådas skulle urvattna fascinationen över blomningen och minska intresset för att besöka platsen och uppleva händelsen då man redan matats med så många bilder av blomningen. Jag vill påstå att en sådan effekt till viss del infinner sig men att de motsatta effekter som en så stor spridning av händelsen, vilket denna studie påvisat, är urvattningseffekten övermäktig.

Blivit ett fenomen

Att Kungsträdgårdens körsbärsblomning blivit ett sådant värmecka och att händelsens spridit sig så pass genom sociala medier är på sätt och vis unikt i Sverige. Flera av de intervjuade menade att det blivit ett slags fenomen. Ett besök i Kungsträdgården under blomningen och att fota den var för många ett måste. Symboliken i blomningen kopplat till ungdomskulternas yolo-inställning till livet och alltmer urbana livsstil är anledningar som jag ser är bakomliggande. Dessa ihop med den förbättrade digitala kommunikationen och tekniska utveckling som möjliggjort den platsstärkande effekten med foton och sociala medier.

Det går att fråga sig om denna effekt går att finna på någon annan plats, må hända inte fullt lika påtaglig. Jag har under promenader i Uppsala sett liknande tendenser på Finn Malmgrens plan och den intilliggande Rektorsparken. Då Finn Malmgrens plans körsbärsträd stod i blom och Rektorsparkens fullt utblommade scillor täckte marken, observerade jag flera fotograferande besökare. Jag tror att dessa platser identitet i viss mån kan stärkas genom Uppsalabornas foton men vad som är den stora stötestenen, som jag ser det, är att namnen på platserna inte är tillräckligt etablerade. Som Sepe (2013, s.5) noterar är den första åtgärden, för att ge liv åt en plats, att ge den ett namn så andra känner igen den. Utan tillräckligt kända namn kan, som jag ser det, dessa platser inte få samma skjuts av digitala fotouppladdningar som Kungsträdgården, vars namn är brett förankrat.

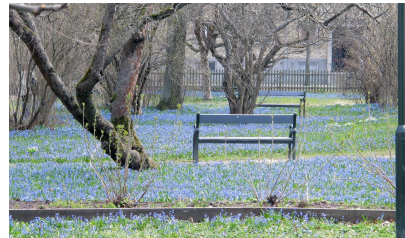


Bild 6: Rektorsparken i Uppsala

Varseblivning av tid och rum

Som Van Eyck uttryckte det har vi svårt att konkretisera tid. Att år går och årstider överlappar varandra är något vi känner av, men är inte något vi är förmögna att sätta fingret på när det sker. Vi hänger därför upp årstidsväxlingarna på specifika händelser såsom fågelkvitter, värme och, som i fallet för den här fallstudien, utslagna knoppar. Vad min undersökning klart visar är att Stockholmare och dess besökare i hög grad hänger upp vårens start på Kungsträdgårdens körsbärsblomning. Tiden för våren konkretiseras med andra ord för Kungsträdgårdens besökare i den specifika händelsen av de japanska körsbärsträdens utslagna blommor.

Tuan har flera beskrivningar av tid- och platsrelationen. I likhet med Van Eyck, menar Tuan, att platsen är vår paus i nuet där tiden ses som rörelsen. Vidare hävdar Tuan att känslan av tillhörighet med platsen är ett resultat av tiden då det krävs tid att lära känna en plats. (Tuan 2003, s.179). Beroende på vilka

intryck besökaren får på platsen kan tiden som krävs för att skapa tillhörighet med platsen bli mindre betydande (Tuan 2003, s.198). I fallet Kungsträdgården, menar jag, är själva händelsen, blomningen, väldigt karaktärsfull plus att den har ett starkt symbolvärde. Upplevelsen blir därefter påtaglig för besökaren. Då många, med sociala mediers hjälp, redan sett flera bilder av blomningen innan de besöker platsen, själv fotar händelsen och matas ytterligare med andra bilder efteråt blir effekten att de känner tillhörighet med händelsen och platsen betydligt snabbare än utan påverkan av bilderna på sociala medier.

Slutligen

För att återkoppla till Edward Relphs tredelade förklaringsmodell över platsidentitet, menar jag att exemplet Kungsträdgården och dess körsbärsblom belyser det som Carmona et al. påstod, att aktiviteterna på platsen och dess inneboende symbolvärden många gånger är mer betydelsefulla än de fysiska egenskaperna. Körsbärsblommornas laddade symbolik var något jag tydligt utläste som betydelsefullt för besökarna och aktiviteten, besökarnas fotografering och bildindelning, i än högre grad. Det är, av min studie, lätt att förstå att de tusentals bilder besökarna sprider stärker platsens identitet. Det bildas med sociala medier som medel en kedjereaktion där bilder delas vidare åt många fler än fotografens närmaste.

Sinnebilden av en plats förändras över tid. En plats förändras över tid i den mån att den fortfarande bär historiken av vad den var innan men då den uppdateras eller byggs om får den nya egenskaper utöver dessa. Vad almstriden på 1970-talet betydde för en generation påverkar deras sinnebild av Kungsträdgården emedan 1980-talets gängbråk gav nästa generation en annan mental bild av samma plats. 1990-talets förändring av Kungsträdgården med körsbärsträdsalléerna som ett av de största omdaningarna har återigen givit ännu en sinnebild för Kungsträdgården, en föreställning av platsen som stärkts alltmer i och med de digitala redskapens intåg på platsskapandets arena.

Som Sepe poängterade förändras också platserns karaktär med tiden. Som studien visade delades klart fler foton vid vackert väder och under helger än vid regn och veckodagar.

Överlag anser jag att Instagram kan vara ett behjälpligt redskap för att undersöka vad som sker på en plats, hur den används, vad besökare ser som intressant med platsen och hur en plats förändras över tid. Den här fallstudien koncentrerades till en speciell händelse och tidsperiod vilket såklart färgade resultatet. Det hade varit intressant att undersöka Kungsträdgården under ett helt år. Jag anser också att det går att, genom att följa bildflödet på de foton som tas på en plats och läsa de kommentarer som skrivs till dessa, skaffa sig en uppfattning om sinnebilden av platsen hos de besökare som fotar och lägger upp bilderna på sociala medier.

Jag hoppas att den här uppsatsen belyst sociala mediers inverkan på vår syn av platser och hur fotoupppladdning från en plats kan stärka platsidentiteten. Det finns mycket att undersöka i hur vår syn på den offentliga miljön och hur vi interagerar med densamma påverkas till följd av ny teknik och förändrade beteenden till följd av denna. Världen förnyar sig ständigt och att blunda för detta blir i längden ohållbart om vi ska kunna föra en fortsatt relevant stadsutvecklingsdiskussion.

Referenser

Appar och programvaror

Google, inc. (2008-2014). *Google maps* (Version 3.1.0) [Mobilapplikation].
Tillgänglig: <https://itunes.apple.com/se/app/google-maps/id585027354?mt=8>
[2014-05-20]

Instagram, inc. (2010-2014). *Instagram* (Version 5.0.11) [Mobilapplikation].
Tillgänglig: <https://itunes.apple.com/se/app/instagram/id389801252?mt=8>
[2014-05-20]

Radioprogram

P3 Dokumentär (2009). Almstriden [Radioprogram]. Sveriges Radio, P3, 25 oktober. Tillgänglig: <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/77706?programid=2519> [2014-05-22]

Skriftliga källor

Badger, E. (2013). How Instagram Alters Your Memory. *The Atlantic Citylab*. 13 december. [Elektronisk]. Tillgänglig:
<http://www.citylab.com/tech/2013/12/how-camera-phones-modify-our-memories/7829/> [2014-05-22]

Carmona, M., Heath, T., Oe, T., Tiesdell, T. (2003). *Public Places Urban Spaces – The Dimensions of Urban Design*. Boston: Architectural Press

Clüver, K., Hua, X-S., Lee, J-S., Ramzan, N., van Zvol, R. (2013). *Social Media Retrieval* [Elektronisk]. London: Springer-Verlag. Tillgänglig:
http://download.springer.com.ezproxy.its.uu.se/static/pdf/211/bfm%253A978-1-4471-4555-4%252F1.pdf?auth66=1398515383_aecd1913fb68492da35fa33b23e8040a&ext=.pdf [2014-04-24]

Creswell, J. (2009). *Research Design; Qualitative and Quantitative and Mixed Methods Approaches*. London: Sage

Findahl, O. (2013). *Svenskarna och internet 2013*. [Elektronisk]. Göteborg: Göteborgstryckeriet, Tillgänglig: <https://www.iis.se/docs/SOI2013.pdf> [2014-05-19]

Hallemar, D. (2013). Kungsträdgården. Stockholm. I Hallemar, D. & Kling, A. (red.) *Guide till Svensk landskapsarkitektur*. Stockholm: Arkitektur förlag AB

Henkel, L. (2013). Point-and-Shoot Memories: The Influence of Taking Photos on Memory for a Museum Tour. *Psychological Science*. 5 december. [Elektronisk]. Tillgänglig:
<http://pss.sagepub.com/content/early/2013/12/04/0956797613504438.full.pdf+html> [2014-09-02].

Humphrey, L., Liao, T. (2011). Mobile Geotagging: Reexamining Our Interactions with Urban Space. *Journal of Computer Mediated Communication*, 17(3). ss. 407-423. [Elektronisk]. Tillgänglig.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2011.01548.x/full> [2014-05-20].

Högström, A. (2013). Socialdemokratiska profiler. I Hayen, M. (red.) *Partierna i Stadshuset: En handledning till forskning vid Stockholms stadsarkiv och Arbetarrörelsens arkiv och bibliotek*. [Elektronisk]. Stockholm: Edita Bobergs AB, Tillgänglig:

- http://www.ssa.stockholm.se/PageFiles/7649/Partierna_i_Stadshuset_Mats_Hayen_red_Stockholms_stadsarkiv_2013.pdf [2014-05-22]
- Instagram, inc., (2014). *Instagram stats*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://instagram.com/press/> [2014-05-20].
- Jackson, J.B., (1994). *A Sense of Place, A Sense of Time*. New Haven: Yale University Press
- Kärholm, M. (2004). *Arkitekturens territorialitet*. Institutionen för arkitektur, LTH Lunds Universitet (Doktorsavhandling).
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*, London: Pion
- Relph, E. (1993). Place Reclamation. I Swaffield, S. (red.) *Theory in Landscape Architecture: a reader*. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, ss. 102-104.
- Sepe, M. (2013). *Planning and Place in the City: mapping place identity*. Abingdon New York: Routledge.
- Sosnoski, D. (1996). *Introduction to Japanese culture*. North Clarendon: Tuttle publishing
- Thomas, G. (2011). A typology for the case study in social science following a review of definition, discourse and structure. *Qualitative Inquiry*, 17(6). ss. 511-521
- Tuan, Y-F. (2003). *Space and Place. The Perspective of Experience*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Zahradnik, F. (2014). Geotag, Geotagging. *About.com Technology GPS*. [Elektronisk]. Tillgänglig: <http://gps.about.com/od/glossary/g/geotag.htm> [2014-06-10].

Bilder och figurer

Om inget annat anges är bilder och figurer författarens egna.

Bild 1-4: Foto: Fotograf Joakim Berndes (med tillåtelse av upphovsman)
Tillgänglig: <http://jberndes.se/kungstradgarden-stockholm/> [2014-05-23]

Bild 5: Los cerezos de Kungsträdgården av Emilio Quintana (Licens Creative Commons BY NC SA) Tillgänglig: <https://flic.kr/p/bCKKYW> [2014-05-23]
licens: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/legalcode>

Bild 6: Scilla-havet vid Rektorsgården i Uppsala av Barbro Björnemalm (Licens Creative Commons BY NC SA) Tillgänglig: <https://flic.kr/p/egNJDG> [2014-05-23]
licens: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/legalcode>